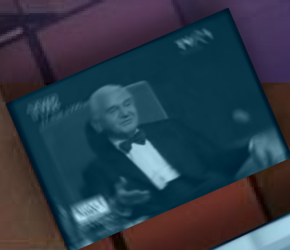
CONSTANTIN TROFIN

POLITICĂ ȘI TELEVIZIUNE

Dezbaterile finale televizate ale campaniilor prezidențiale din România (1990-2014)















Presa Universitară Clujeană

Constantin Trofin

•

POLITICĂ ȘI TELEVIZIUNE

Dezbaterile finale televizate ale campaniilor prezidențiale din România

(1990-2014)

CONSTANTIN TROFIN

POLITICĂ ȘI TELEVIZIUNE

Dezbaterile finale televizate ale campaniilor prezidențiale din România (1990-2014)

PRESA UNIVERSITARĂ CLUJEANĂ
2020

Referenţi ştiinţifici:

Prof. univ. dr. Elena Basso-Stănescu
Conf. univ. dr. Lucian Ionică

ISBN 978-606-37-0867-1

Universitatea Babeş-Bolyai
Presa Universitară Clujeană
Director: Codruţa Săcelean
Str. Hasdeu nr. 51
400371 Cluj-Napoca, România
Tel./fax: (+40)-264-597.401
E-mail: editura@ubbcluj.ro
http://www.editura.ubbcluj.ro/

Cuprins

Despre cuvinte și imagini – mai multe provocări decât răspunsuri

A devenit un loc comun să spui că „o imagine spune cât o mie de cuvinte”. Dar ce poți să spui despre o carte care, în mii de cuvinte, vorbește despre imaginile care spun, fiecare în parte, câte o mie de cuvinte? Și care, în aceleași cuvinte, redă imaginea a 25 de ani de istorie? Vorbind despre două domenii care se sprijină solid, la rândul lor, pe cuvânt și imagine – în toate sensurile pe care le putem asocia acestor termeni?

Cartea lui Constantin Trofin este greu de încadrat într-un „gen” anume, pentru că ne poartă, generos, firesc, prin registre diverse.

Este „istorică”, pentru că prezintă lucruri de care nimeni nu îi mai vorbește cititorului tânăr, care poate că știe mai mult despre Revoluția de la 1848 decât despre evenimentele din Decembrie 1989 și transformările politice și sociale care i-au urmat. Pentru cititorul mai trecut prin vremi, cartea este un prilej – dulce-amărui, dar oricum delicios – de a trece în revistă devenirea democratică a României, surprinsă prin momentele sale de tensiune maximă, dar și de spectacol pe măsură: alegerile prezidențiale. Pot privi, și tânărul, și cel care s-a democratizat odată cu țara, acest proces prin obiectivul – uneori nemilos, alteori înșelător – al camerei de luat vederi. Cu acribie, autorul prezintă în detaliu dezbaterile televizate din 1990 până în 2014, descriind contextul și actorii, pe care îi surprinde în pozițiile lor cele mai expuse: atunci când se înfățișează în fața

potențialilor alegători, cerându-le privilegiul de a-i conduce. În momentele de „seducere a alegătorului”, în vorbele lui Trofin.

Este, în egală măsură, și un mini-curs de educație politică, un „raport de țară” care cuprinde două decenii și jumătate de interacțiune activă între agendele politice ale diferiților actori electorali – partide și candidați deopotrivă - și cele ale mass media. Volumul nu doar expune mecanismul electoral din România, pornind de la suportul său legislativ. El ilustrează modul în care a evoluat agenda publică, ideal aflată la intersecția dintre agenda politicianului, agenda publicului și cea a mass media. Regăsim această agendă reflectată cu precizie în temele abordate în cursul dezbaterilor prezidențiale televizate. Regăsim astfel, pe parcursul a 25 de ani, „constantele” politicii românești: orientarea pro-europeană, echilibrul puterilor în stat, lupta (parcă nesfârșită) împotriva corupției, dezvoltarea economică a României – niciodată parcă îndeajuns – și problemele sociale.

Este volumul lui Constantin Trofin și un curs de jurnalism de televiziune, care ne demonstrează cum se face – sau cum nu se face – o dezbatere televizată. Avem privilegiul rar de a privi în stop-cadru imagini pe care altfel le vedem doar în trecere și asistăm la un exercițiu de „disecție” atunci când ni se vorbește despre plasarea candidaților, alegerea formatului, alegerea și prestația moderatorilor, modul în care sunt puse întrebările și, nu în ultimul rând, momentele surpriză, în care candidații sunt puși în situația de a reacționa spontan și de a ieși din situații voit jenante.

Nu în ultimul rând, volumul are și valențe de educație vizuală, atât de necesară într-o lume în care televiziunile joacă, încă, rolul principal în informarea publică, concurate acerb de alte mijloace la fel de puternice în încărcătură vizuală, cum ar fi internetul, cinematografia, jocurile video, o întreagă industrie de divertisment care se luptă pentru atenția noastră. Trofin

descrie cu minuțiozitate cum trebuie „să citim” cadrul de televiziune, ce rol au luminile din studio, unghiurile de filmare, cadratura, ritmul de schimbare a camerelor din regie.

O ultimă, dar nu mai puțin importantă valență a cărții de față este faptul că este scrisă de un profesionist al televiziunii, un om cu o îndelungă carieră de practicare a jurnalismului. Un om care a stat atât în fața, cât și în spatele camerei, dar și alături de studenții pe care i-a inițiat în videojurnalism. E o contribuție importantă la conversația publică. Jurnaliștii au, poate, multe păcate, dar formează singura profesie care acceptă să vorbească deschis despre practicile sale, despre nevoi, limitări, standarde și greșeli. Acest exercițiu este necesar pentru a-l ajuta pe partenerul de conversație, pe „consumatorul de media” (care a devenit și el, între timp, „furnizor de conținut”) să înțeleagă și să accepte regulile și constrângerile meseriei, să poată aprecia efortul depus pentru a transforma o informație în știre, pentru a aduce context întâmplărilor zilei și a face decriptarea realității mai ușoară.

Unii antropologi[1] consideră că noi nu mai „trăim cu media”, ci trăim „în media”, fiindcă a devenit „supa informațională” în care viețuim, ne hrănim, ne formăm și exprimăm personalitatea. Televiziunea, prin prevalența sa, ne-a format deja o serie de așteptări și rutine. Trăim în timpul mediatic, „cel al comunicării în direct, al efemerului și al rapidității”, cum ne avertizează Trofin. Trăim, prin intermediul ei, iluzia că participăm la treburile cetății, iar în acest sistem „politico-mediatic, apariția și menținerea pe scena politică nu mai este determinată, decât în mică măsură, de ideile susținute,

---

[1] Deuze M., Blank P. and Speers L., 2012, A life lived in media. Digital Humanities Quarterly 6(1)

ci de capacitatea de a face spectacol, de a stârni controverse și de a face audiență”.

Este un lucru rău? Banalizează televiziunea temele serioase și grave ale societăților noastre? „Depolitizează” publicul, adăugând un strat de divertisment peste tot ce îi oferă? Sau e bine așa, căci îl pune în situația de a dezvolta abilități noi, de educare a gândirii critice, de decodificare a mesajului și de asumare a rezultatului?

Volumul de față dă un posibil răspuns, deși abil mascat într-o provocare și depinde de cititor cum decide să răspundă acestei provocări. Sau poate aștepta filmul făcut după această carte.

Ioana Avădani
Președinte,
Centrul pentru Jurnalism Independent

Introducere

Campaniile electorale separă națiunea, o polarizează, se nasc pasiuni incredibile și de multe ori nejustificate, toată lumea își pierde rațiunea și mai toți devenim inexplicabil soldați de o parte sau de alta a baricadei.
Și dacă, până la un punct, acest lucru este de înțeles, în lumea politică sau în societate, pentru noi jurnaliștii, este inadmisibil. Noi avem alegeri în fiecare zi, prezența seara în fața televizorului este mai mare decât prezența la urne, iar telecomanda funcționează ca o ștampilă de vot.
Moise Guran,
jurnalist, 12.11.2014[1]

„Mass-media favorizează manipularea opiniei publice”; „copiii care se uită prea mult la televizor nu au rezultate bune la școală”; „ziariștii sunt adesea părtinitori și lipsiți de obiectivitate”; „televiziunea determină votul” – iată câteva păreri consemnate de sociologul francez Remy Rieffel[2] în lucrarea *Sociologia mass-media* – foarte răspândite în prezent privind mijloacele de comunicare în masă și influența acestora în societatea noastră. Urmărind în media evenimentele zilnice, fiecare dintre noi se simte dator să-și exprime părerea asupra rolului pe care-l joacă diferitele instrumente de comunicare în societatea contemporană.

---

1 http://www.biziday.ro/2014/11/12/noi-presa/ La începutul lui 2020, Moise Guran a renunțat la presă, intrând în USR

2 Remy Rieffel este doctor în sociologie, profesor la Universitatea Paris II, fost director al Institutului Francez de Presă (IFP) între 1994 și 1999

Asemenea oricărei judecăți spontane, aceste afirmații au la bază impresii cu putere de evidență și de adevăr. Or, sociologii știu că nimic nu poate fi mai înșelător decât judecățile rigide sau constatările incisiv-autoritare. Mult prea frecvent, aceste opinii tranșante nu sunt decât expresia unor prejudecăți sau idei larg vehiculate în corpul social, fără să fi fost câtuși de puțin confirmate vreodată, fără să fi fost validate din punct de vedere științific. (Rieffel, 2008)

Sociologia mass-media studiază modalitățile de producere și de receptare a informației, relațiile care apar între emițătorul și receptorul mesajelor, influența mijloacelor de comunicare în masă asupra societății, cu un accent deosebit asupra comportamentului diferiților protagoniști (ziariști, oameni politici, factori de decizie la nivel economic, intelectuali dar și oameni de rând), precum și asupra comportamentului utilizatorilor, adică a publicului larg. Nu este vorba numai despre influența tehnologiei, despre efectele televiziunii asupra vieții cotidiene, a variațiilor audienței și ale comportamentului publicului, ci și de activarea spiritului critic prin stabilirea, în mod constant, a unor legături între aceste fenomene și semnificația lor socială, integrând sistematic individualul în colectiv.

Fenomenul manifestării plenare a unuia dintre drepturile fundamentale, dreptul de a alege, conștientizând serios puterea pe care cetățeanul o are măcar în aceste momente, împletit cu spectacolul și chiar nevoia de spectacol a aceluiași cetățean, face obiectul acestei lucrări și anume campaniile prezidențiale televizate, singurul fenomen media care egalează audiențele meciurilor naționalei de fotbal sau ale marilor talent-show-uri. Pentru că, până la urmă, televiziunea transformă alegerile prezidențiale într-un talent show, cu toate

elementele sale: decor, poveste, suspans, spectacol, personaje, prezentatori, răsturnări surprinzătoare de situație și, mai mult decât la show-urile de milioane de euro, o miză uriașă și reală pentru telespectator.

În cursul ultimilor ani, viața politică a evoluat foarte mult, inclusiv în România. Unele dintre aceste schimbări țin de evoluția instituțiilor politice și economice - de multe ori sub „amenințarea" organismelor Uniunii Europene - sau de recrutarea personalului politic. Altele, foarte importante, țin de ceea ce a fost numit „mediatizarea vieții politice", adică utilizarea intensivă și regulată a presei, mai ales a televiziunii, de către clasa politică.

Multe decizii luate de guvernanți sunt astăzi tributare modului în care vor fi comentate prin intermediul mijloacelor de comunicare în masă. Relația dintre mass-media și viața politică este deci un factor important pentru înțelegerea mizelor legate de evoluția democrațiilor contemporane.

Prezenta lucrare urmărește evoluția reflectării de către televiziuni a campaniilor electorale televizate, aplecându-se asupra transmisiunilor în direct ale finalelor dintre candidații promovați în turul al doilea. Dezbaterilor din 2009 și 2014 li s-a acordat o importanță și un spațiu mai mare în lucrare, datorită impactului major pe care l-au avut, cât și datorită particularităților în ceea ce privește caracterul finalelor televizate. Cea din 2009, între Traian Băsescu și Mircea Geoană, a fost singura tratată cu seriozitate și profesionalism din punct de vedere al imaginii, de la alegerea unui decor care să corespundă importanței majore a momentului și până la crearea unor momente vizuale (intrarea în Palatul Parlamentului, jurămintele pe Biblie sau acordarea reciprocă de premii) folosirea camerelor, regia și luminile. Dezbaterile din 2014, deși

la nivelul anului 1960 din punct de vedere al imaginii de televiziune, au marcat cea mai mare surpriză din istoria alegerilor prezidențiale din România, dar și cele mai mari controverse.

Aceste finale televizate (cu excepția alegerilor din 2000, când dezbaterea finală nu a avut loc, Ion Iliescu refuzând confruntarea directă cu Corneliu Vadim Tudor și cele din 2019, când nu a existat nici o confruntare directă între Viorica Dăncilă și Klaus Iohannis) au avut o importanță majoră, alături de mișcări bine alese sau gafe istorice, la victoria în alegeri a celui care a devenit ulterior președinte al României.

Prima confruntare televizată din istorie, între John F. Kennedy și Richard M. Nixon, în noiembrie 1960, a schimbat pentru totdeauna modul în care publicul percepe candidații, aducând, de multe ori, imaginea înaintea mesajului.

Pe parcursul prezentei lucrări vom trece în revistă și apoi vom compara 25 de ani de istorie, atât din punctul de vedere al politicii cât și al evoluției televiziunii din România, încercând să înțelegem modul în care s-au influențat reciproc, ne-au informat sau ne-au manipulat, cum au evoluat imaginea și tehnicile de persuasiune în pas cu tehnologia, de la primele alegeri democratice, așa cum erau ele înțelese în 1990 și până la succesul lui Klaus Iohannis din 2014.

În toate aceste cazuri, televiziunea a fost prezentă, iar influența ei a fost de netăgăduit.

Aceste finale televizate (cu excepția alegerilor din 2000, când dezbaterea finală nu a avut loc, Ion Iliescu refuzând confruntarea directă cu Corneliu Vadim Tudor și cele din 2019, când nu a existat nici o confruntare directă între Viorica Dăncilă și Klaus Iohannis) au avut o importanță majoră, alături de mișcări bine alese sau gafe istorice, la victoria în alegeri a celui care a devenit ulterior președinte al României.



ISBN: 978-606-37-0867-1